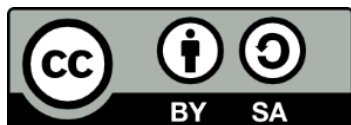


ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ενότητα 8: ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΟΛΕΜΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Χρήστος Βασιλειάδης
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
Πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΟΛΕΜΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. Ο ΠΟΛΕΜΟΣ
2. ΠΟΛΕΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
3. ΤΑΚΤΙΚΕΣ **ΕΠΙΘΕΣΗΣ** ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
4. ΤΑΚΤΙΚΕΣ **ΑΜΥΝΑΣ** ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. Ο ΠΟΛΕΜΟΣ

Η ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ, ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΟΛΕΜΟΥ =
ΟΔΗΓΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ, ΣΤΟΧΩΝ, ΔΥΝΑΜΕΩΝ, ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ

ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΜΕ
ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΑΚΤΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

2. Ο ΠΟΛΕΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Αντιστοιχία μεταξύ στρατιωτικών επιχειρησιακών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων Μάρκετινγκ με σκοπό την δημιουργία Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος στο «πεδίο μάχης» της Αγοράς

Kotler and Singh (1981), "Marketing Warfare in the 1980's", *Journal of Business Strategy*, pp.39-41
Ries and Trout (1978), "Study classics to Avoid Checkmate in Business War", *Marketing Times*, May-Jun

Ιδέες, κανόνες, αρχές
Στρατηγικών από τους:
Sun Tzu (ΒΙΒΛΙΟ:»Η ΤΕΧΝΗ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ», 13 Αρχές πολέμου)
Karl von Clausewitz (ΒΙΒΛΙΟ: «ΠΕΡΙ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ»)
Liddell Hart
Ναπολέον (115 Αξιιώματα)

ΟΙ ΔΕΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ

1. ΑΡΧΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΥ ΣΚΟΠΟΥ
2. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΣΗΣ
3. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΑΠΛΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ
4. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΕΝΙΑΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
5. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΙΣΧΥΟΣ
6. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΩΝ ΔΥΝΑΜΕΩΝ
7. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΕΥΕΛΙΞΙΑΣ
8. ΑΡΧΗ ΤΟΥ ΑΙΦΝΙΔΙΑΣΜΟΥ
9. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ
10. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΗΘΙΚΟΥ

ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ

1. ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΣ
2. ΑΜΥΝΤΙΚΟΣ
3. ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΣ
4. ΨΥΧΡΟΣ
5. ΆΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ
 - ΕΞΕΓΕΡΣΕΙΣ
 - ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΕΙΣ
 - ΑΝΤΑΡΤΟΠΟΛΕΜΟΣ
 - ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΑ

Η έννοια του Πολέμου

Πόλεμος είναι η σύγκρουση δύο κρατών ή ομάδων με βίαιη επιβολή της θέλησης στον αντίπαλο

(Κανονισμός Στρατιωτικής Ορολογίας)

Ο σκοπός του πολέμου..

1. «Η Ειρήνη» (Sun Tzu)
2. «Η νίκη του εχθρού με την συντριβή των κύριων δυνάμεων του και η άνευ όρων παράδοσή του» (Karl von Clausewitz)
3. «Μια καλύτερη κατάσταση Ειρήνης» (Liddell Hart)

Χαρακτηριστικά του πολέμου

(Αντωνιάδης 1997, Βασικά στοιχεία της τέχνης του πολέμου, «Σύγχρονος Στρατός»2/1997):

1. Τεχνολογία και ικανότητα χρήσης της
2. Μέθοδοι συγκρότησης και οργάνωσης μιας στρατιωτικής δύναμης
3. Τρόπος δράσης των στρατιωτικών δυνάμεων στο πεδίο μάχης
4. Άσκηση διοίκησης και ελέγχου, τεχνικές επικοινωνίας, συλλογή και Αξιοποίηση πληροφοριών

ΑΡΧΕΣ ΠΟΛΕΜΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ries and Trout (1978), "Study classics to Avoid Checkmate in Business War", Marketing Times, May-Jun

ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΜΟΡΦΩΝ ΠΟΛΕΜΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. ΑΜΥΝΤΙΚΟΣ ΠΟΛΕΜΟΣ

Μόνο για Ηγέτες Αγοράς
Η καλύτερη αμυντική στρατηγική το θάρρος να επιτίθεται στον εαυτό σου
Παραμπόδιση ισχυρών ανταγωνιστικών κινήσεων

2. ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΣ

Μελέτη της δύναμης του Ηγέτη
Εύρεση αδυναμιών και επίθεση στο στα σημεία αυτά
Επίθεση με στενό μέτωπο

3. ΠΛΕΥΡΙΚΟΣ

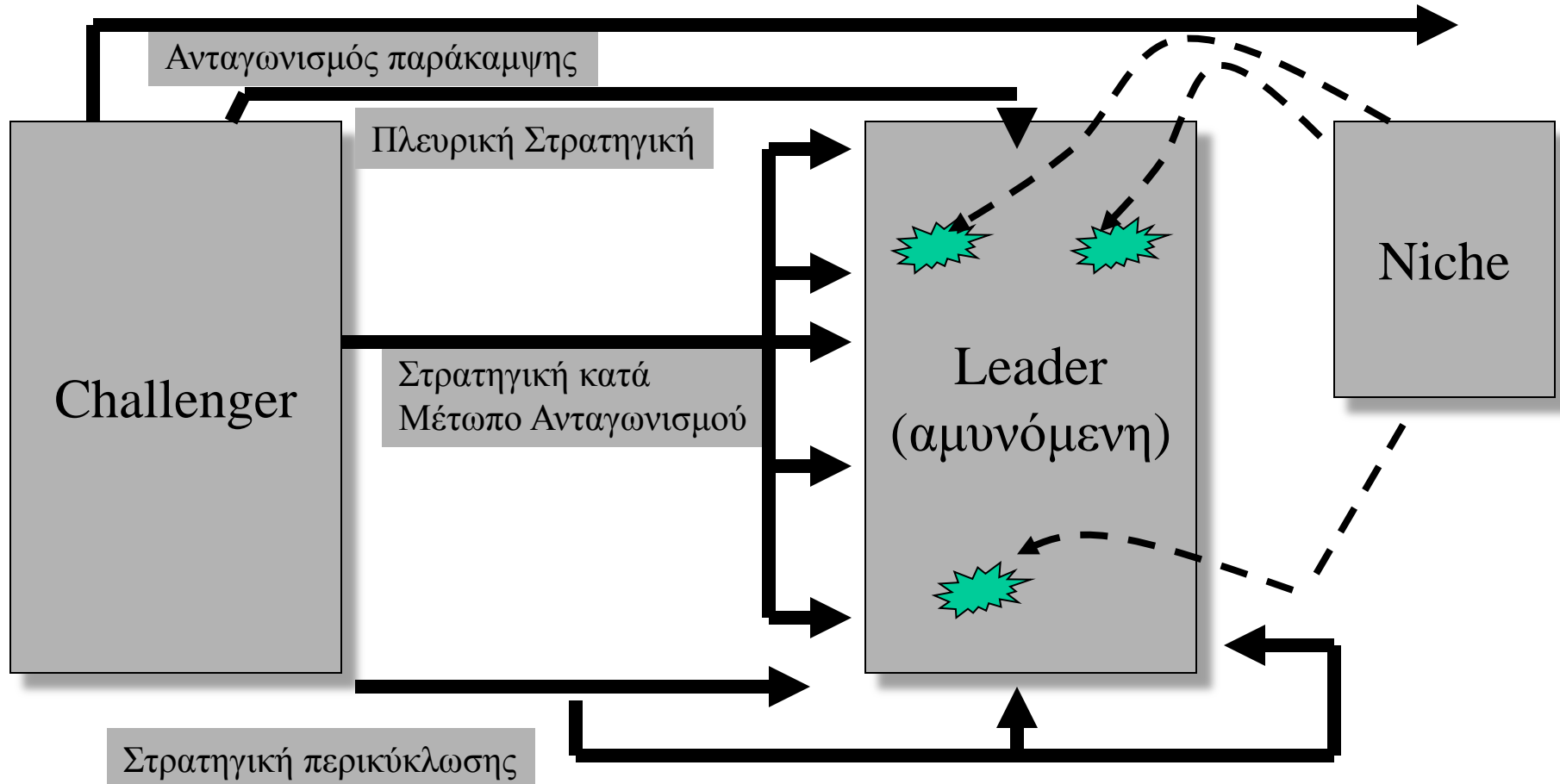
Πλευρικές κινήσεις όταν στην περιοχή δράσης ο ανταγωνισμός είναι ασθενής
Τακτικές αιφνιδιασμού
Επίθεση, Καταδίωξη

4. ΑΝΤΑΡΤΟΠΟΛΕΜΟΣ

Ανεύρεση μικρού τμήματος Αγοράς με σκοπό την υπεράσπιση
Ετοιμότητα για εγκατάλειψη την κατάλληλη στιγμή
Δεν λειτουργούμε ως Ηγέτες

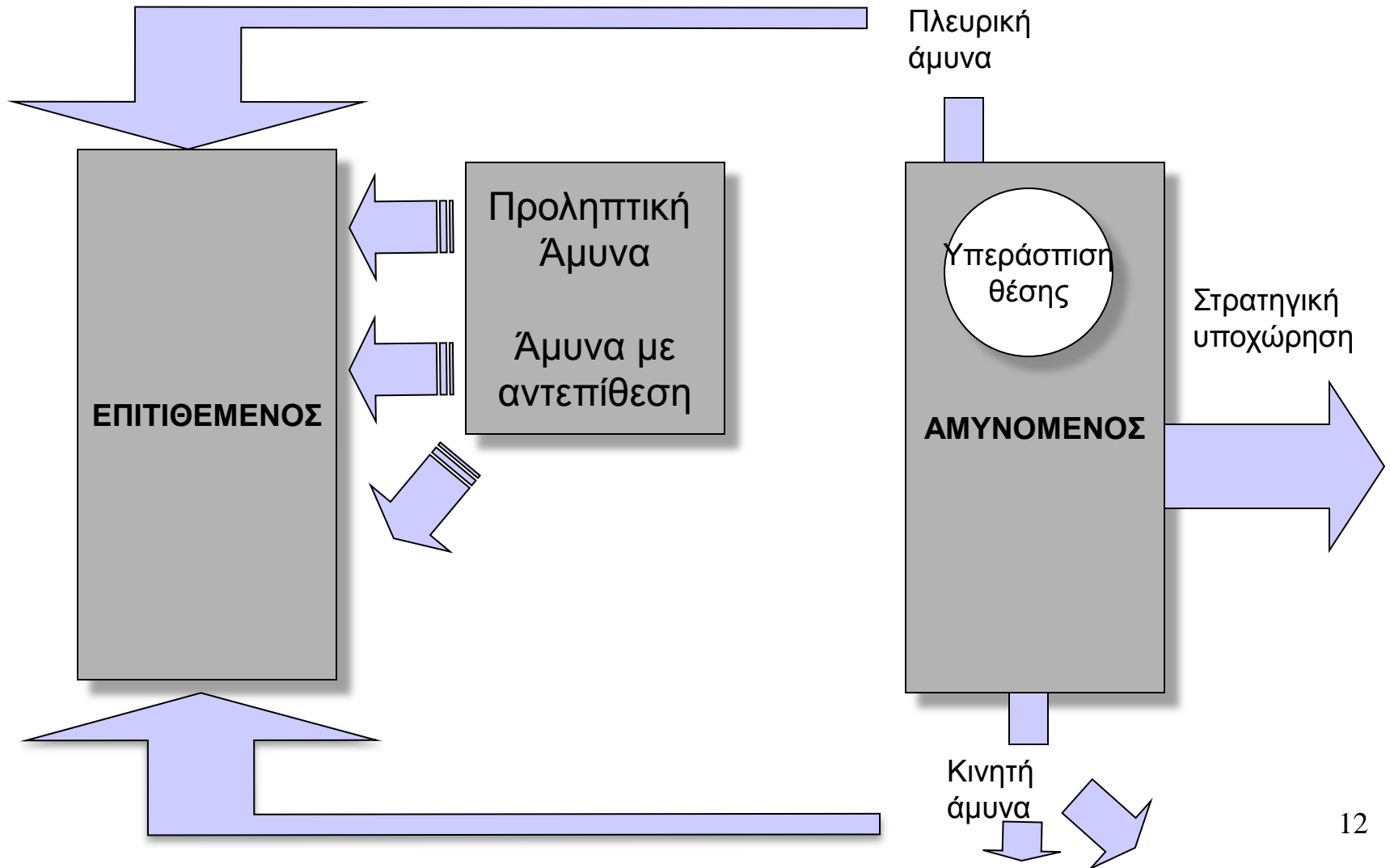
3. ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΘΕΣΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Kotler and Singh (1981), "Marketing Warfare in the 1980's", Journal of Business Strategy, pp.30-41

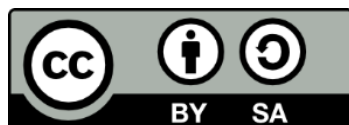


4. ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΑΜΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Kotler and Singh (1981), "Marketing Warfare in the 1980's", Journal of Business Strategy, pp.30-41



Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

